

**PENGARUH STRATEGI BISNIS DAN *NETWORKING* PADA KINERJA
WIRUSAHA MUSLIM
(STUDY PADA WIRUSAHA SANDAL DI DAERAH WARU)**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

MUHAMMAD RIFQI
NIM: 2015710667

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

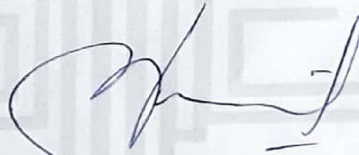
2019

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Muhammad Rifqi
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 5 April 1997
NIM : 2015710667
Program Studi : Ekonomi Syariah
Kosentrasi : Ekonomi Syariah
Judul : “ Pengaruh Strategi Bisnis Dan *Networking* Pada
Kinerja Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha
Sandal Di Daerah Waru) “

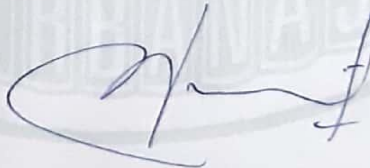
Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing
Tanggal : 09 Oktober 2019



(Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.Si)
NIDN: 0705056502

Ketua Program Studi Sarjana Ekonomi Syariah
Tanggal : 09 Oktober 2019



Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.Si)
NIDN: 0705056502

**PENGARUH STRATEGI BISNIS DAN NETWORKING PADA KINERJA
WIRAUUSAHA MUSLIM
(STUDY PADA WIRAUUSAHA SANDAL DI DAERAH WARU)**

Muhammad Rifqi
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2015710667@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the direct influence of strategies on entrepreneurial performance and networking towards entrepreneurial performance. The population in this study is the Muslim entrepreneur sandal craftsmen in Wedoro Sidoarjo, the number of samples used by researchers is 50 entrepreneurs. Sampling is done by purposive sampling method. Primary Data is collected through the dissemination of questionnaires to respondents based on research instruments. The data analysis method used in this study is double regression. Based on the results of the hypothesis testing shows that the strategy has a significant effect on entrepreneurial performance, and networking has a significant effect on entrepreneurial performance.

Keywords: Strategy, Networking, and Entrepreneurial Performance

PENDAHULUAN

Sekarang ini, industri menjadi faktor fenomenal untuk menunjang perdagangan. Pelaku industri saling bersaing untuk mendapatkan tempat di pasar global. Perindustrian memungkinkan perekonomian di Indonesia berkembang pesat dan semakin baik, sehingga membawa perubahan dalam struktur perekonomian nasional. Di era otonomi daerah, masing-masing wilayah didorong untuk memanfaatkan keunggulan sumber daya lokal. Hal itu dilakukan guna meningkatkan daya saing produk-produk yang dihasilkan oleh wilayah,

baik pada pasar domestik maupun internasional.

Kabupaten Sidoarjo memiliki produk unggulan hasil industri rumahan berupa sandal dan sepatu, salah satunya di desa Wedoro. Desa ini telah berkembang menjadi pusat Industri kerajinan sandal dan sepatu sejak Kemerdekaan Indonesia. Perkembangan Desa Wedoro sebagai sentra industri sepatu dimulai sejak tahun 2000 silam. Desa ini berhasil meningkatkan komoditas ekonomi dalam bidang industri rumah tangga dengan membuat sepatu dan sandal. Jumlah

pengunjung yang meningkat di akhir pekan, membuat ratusan kepala keluarga di Desa Wedoro mencari nafkah sebagai pengrajin sandal. Wedoro merupakan desa di Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, dan letaknya berbatasan langsung dengan Kota Surabaya.

Kesuksesan para wirausaha di Wedoro tak terlepas dari sejumlah strategi. Selain menawarkan harga produk relatif murah, dan mutu yang cukup terjamin. Setiap konsumen menginginkan membeli produk berkualitas. Akan tetapi, produk bermutu tinggi umumnya tinggi pula harganya. Sentra industri ini mampu menarik hati konsumen. Jumlah pengunjung sentra industri yang mengkonsentrasikan diri pada produksi sepatu dan sandal juga meningkat pesat. Jajaran toko yang hampir seluruhnya menjual sandal tertata rapi. Berbagai macam jenis dan merk sandal tersedia. Bahkan, Wedoro tak kalah bersaing dengan kawasan bursa alas kaki di daerah lainnya. Banyak wirausaha kecil yang berjuang agar tetap bertahan dalam persaingan global, termasuk dengan meningkatkan produk-produk asli daerah industri sandal di Wedoro Waru.

Para wirausaha akan dihadapkan dengan berbagai permasalahan, sehingga diperlukan kemampuan manajemen yang kuat untuk menyusun strategi agar dapat terus bertahan dalam dunia usaha. Kelancaran suatu strategi bisnis tentunya membutuhkan orientasi kewirausahaan yang kuat dan kemampuan manajemen kewirausahaan yang handal agar kinerja usaha dapat dihasilkan secara

optimal. Dengan demikian, wirausaha dapat bersaing apabila secara konsisten dan berkesinambungan memperbaiki produk, barang, dan jasa atau proses itu sendiri.

Strategi adalah energi yang menumbuhkan kekuatan bersaing wirausaha-wirausaha di era global. Strategi ini dikembangkan dari respons yang kreatif terhadap perubahan-perubahan internal dan atau eksternal wirausaha (Anis, Christiananta, Ellitan, & Lena, 2018). Strategi diterapkan oleh wirausaha terkait dengan kemampuan bertahan wirausaha. Kemampuan bertahan lebih dimiliki oleh wirausaha kecil-menengah karena sifat bisnis itu sendiri yang langsung di manajementi oleh para pemiliknya sehingga fleksibel dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan dan mempunyai kecepatan secara tekad (Susilo & Sri, 2018). Wirausaha kecil diuntungkan oleh kondisi geografis, yang membuat produk-produk kewirausahaan kecil memperoleh suatu keberhasilan karena pasar yang dilayani terjangkau oleh inovasi produk-produk skala besar. Oleh karena itu perkembangan wirausaha kecil dan industri rumah tangga memegang peranan penting dalam perkembangan ekonomi (Saleh dalam (Suparno & Anggraini, 2017). Wirausaha sandal di Waru harus memiliki strategi untuk menumbuhkan kekuatan persaingan pada wirausaha-wirausaha lainnya. Strategi yang diterapkan ialah memiliki kreatifitas dan inovasi yang cukup tinggi, agar produk yang di buat bisa semakin modern (Steyaert dalam (Klerk & Saayman, 2012).

Wirausaha juga harus menjalin tali silaturahmi kepada pelanggan dan para wirausaha sandal lainnya, agar hubungan satu dengan yang lain semakin baik. Wirausaha sandal saat ini memiliki strategi penjualan dengan system *online* dan berinteraksi melalui media sosial. Dengan adanya media sosial, wirausaha sandal di Wedoro selalu memasarkan produknya melalui *internet*.

Wirausaha perlu memiliki *networking* yang kuat agar strategi wirausaha bisa dijalankan dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Pengaruh *networking* terhadap kinerja pada perusahaan sandal di daerah Waru Sidoarjo adalah seberapa besar strategi yang dilakukan wirausaha dengan distributor agar kinerja semakin membaik dan bersama-sama mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi baru yang dibuat untuk menciptakan hal baru pada produk sandal dan *networking* industri memiliki seberapa banyak jaringan untuk berkembangnya usaha produksi sandal di Waru Sidoarjo. Dalam Islam, konsep *networking* untuk memperluas rezeki bukan hanya dalam bentuk Rupiah. Rezeki bisa datang dalam banyak bentuk, modal, pekerjaan, dan sebagainya. Namun, tidak menutup kemungkinan dari silaturahmi (*networking*) kita bisa meraih rupiah. Banyak keuntungan yang didapat dari silaturahmi, bahkan keuntungan yang lebih mahal dari sekedar materi.

Produsen merupakan salah satu dari tiga faktor penentu yang terdapat dalam ilmu ekonomi, selain konsumen dan distributor. Keberadaan produsen sangat

mempengaruhi konsumen dan program distribusi. Hal ini sangat beralasan, karena melalui produsen dapat diperoleh hasil produksi atau produk yang akan berdampak pada aspek konsumsi dan distribusi pada masyarakat. Hal itu karena erat hubungannya antara produksi dengan perkembangan pendapatan dan peningkatan taraf hidup, yang mempengaruhi kemuliaan hidup dan kehidupan yang sejahtera bagi individu dan masyarakat (Al-Assal & Fathi dalam (Klerk & Saayman, 2012). Dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan juga perlu dilandasi dengan nilai-nilai Islam yang bersumber pada Al-Quran dan Hadist agar bisnisnya dapat berjalan dengan lancar, seperti yang sudah tercantum di dalam (QS As-Sajdah ayat 5) dibawah ini:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ

“Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepada-Nya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu

Sebagai wirausaha harus memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai tambah terhadap produk yang dijualnya, dan agama menjadi salah satu peran kewirausahaan muslim yang berpengaruh untuk mengembangkan suatu usaha. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti seberapa besar strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja wirausaha muslim. Peneliti juga akan membahas pengaruh *networking* terhadap kinerja wirausaha muslim.

Hasil penelitian ini akan dituangkan kedalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Strategi Bisnis dan

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

KEWIRAUSAHAAN

Kewirausahaan adalah penerapan keinovasian & kreativitas untuk pemecahan masalah & memanfaatkan berbagai peluang yang dihadapi orang lain setiap hari (Zimmerer, Scarborough, & Doug dalam (Abdullah, 2013). Wirausaha ialah seseorang yang inovatif, kreatif dan mampu mewujudkannya kreatifitasnya agar meningkatnya kesejahteraan diri di lingkungan dan masyarakat (Bradley, Gillin, McCraty, & Atkinson, 2011). Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Menurut (Harvad’s dalam (Husni & Dafik, 2018), kreativitas adalah berpikir susatu yang baru, sedangkan inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru. Para wirausahawan akan berhasil apabila berpikir dan melakukan sesuatu yang baru atau berbeda.

Wirausaha yang mampu melakukan identifikasi sumber daya berdasarkan kelemahan atau kekuatan yang dimiliki, mampu membuat skala prioritas dan memilih sumber daya mana yang dapat dioptimalkan untuk menghasilkan produktivitas dan efisiensi dalam rangka mencapai keberhasilan usaha. Kinerja merupakan ukuran keberhasilan atau prestasi yang telah

Networking pada Kinerja Wirausaha Muslim (Studi Pada Wirausaha Sandal Di Waru)”.

dicapai oleh suatu usaha yang diukur tiap kurun waktu tertentu. Kinerja wirausaha adalah pencapaian usaha sebagaimana tujuan wirausaha tersebut didirikan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk dapat menopang pertumbuhan dan perkembangan.

Strategi Bisnis Dan Pengaruhnya Pada Kinerja

Strategi adalah sejumlah keputusan, tindakan, dan reaksi yang pertama-tama menciptakan, dan kemudian mengeksploitasi sebuah usaha dengan cara memaksimalkan manfaat dari kebaruan serta meminimalkan biaya (Hisrich dalam (Mustikowati & Tysari, 2014). Strategi sangat dibutuhkan bila terjadi adanya permasalahan. Dengan adanya strategi, wirausaha bisa mengidentifikasi masalah-masalah yang bisa menghambat pertumbuhan perusahaan. Untuk bisa mendapatkan nilai lebih kewirausahaan harus memiliki strategi agar memiliki keunggulan yang lebih baik.

Networking Dan Pengaruhnya Pada Kinerja

Networking adalah suatu jaringan dari prosedur prosedur yang berkaitan satu sama lain menurut skema atau pola yang bulat untuk menggerakkan suatu fungsi yang utama dan suatu usaha ataupun urusan (Mcdade, B.E. & Spring dalam (Klerk & Saayman, 2012). *Networking* adalah sekelompok bagian bagian atau alat dan sebagainya yang bekerja bersama

sama untuk melakukan sesuatu maksud (Lerner & Haber dalam (Klerk & Saayman, 2012). Untuk membangun sebuah hubungan kerjasama yang baik dan kuat tidaklah mudah. Wirausaha harus jeli melihat situasi usaha dari pihak lain. Jaringan yang baik akan menciptakan hubungan kerjasama antar usaha lain bisa berjalan tanpa adanya kendala apapun. Usaha bisa berkembang luas dan bisa meningkatkan daya saing.

Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Wirausaha

Dalam berwirausaha tentu memiliki strategi tersendiri. Ketika memulai usaha tentu ada modal yang harus dikeluarkan, untuk itu pengaruh dari seberapa besar strategi wirausaha yang dimiliki seseorang akan dapat mempengaruhi tingkat kinerja wirausaha Muslim. Strategi di dalam penelitian ini terbagi menjadi strategi bisnis. Sehingga, dorongan seseorang atas berwirausaha bisa melalui dorongan dari inovasi atau dorongan bisnis. Berdasarkan jurnal (Mustikowati & Tysari, 2014) mengatakan bahwa strategi bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja wirausaha. Strategi bisnis akan semakin kuat apabila wirausaha menciptakan ide baru dan sangat diperlukan komitmen yang baik agar tidak terjadi penipuan atau perbuatan yang tercela.

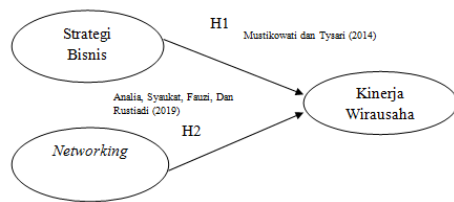
Hipotesis 1 : Strategi bisnis berpengaruh positif terhadap kinerja wirausaha.

Pengaruh *Networking* terhadap Kinerja Wirausaha

Pengaruh *networking* terhadap kinerja wirausaha adalah seberapa besar pengaruh dengan adanya strategi yang dilakukan wirausaha baru. Strategi-strategi baru yang dibuat untuk menciptakan hal-hal baru dan *networking* industri seberapa banyak jaringan untuk berkembangnya usaha. Untuk membangun sebuah hubungan kerjasama yang baik dan kuat tidaklah mudah. Wirausaha harus jeli melihat situasi usaha dari pihak lain. Jaringan yang baik akan menciptakan hubungan kerjasama antar usaha lain bisa berjalan tanpa adanya kendala apapun. Usaha bisa berkembang luas dan bisa meningkatkan daya saing. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Analia, Syaikat, Fauzi, & Rustiadi, 2019) yang menyatakan bahwa jaringan atau *networking* mempengaruhi kinerja wirausaha.

Hipotesis 2 : *Networking* berpengaruh positif terhadap kinerja wirausaha.

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Pengambilan Sampel yang digunakan adalah metode sampel non-probabilitas, dimana tidak semua anggota populasi menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena pemilihan sampel berdasarkan tujuan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Sampel pada penelitian saat ini dengan 50 sampel. Karakteristik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Usia usahanya minimal dua tahun.
2. Memiliki karyawan minimal dua karyawan..

Data Penelitian

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).

Penelitian ini mengambil sampel pada wirausaha sandal Muslim di daerah Waru Sidoarjo. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa kuesioner

Variabel Penelitian

Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu Kinerja dan variabel Independen yang terdiri dari Strategi dan *Networking*.

Definisi Operasional Variabel

Strategi adalah pendapat responden tentang sejumlah keputusan, tindakan, kebijakan baru memaksimalkan inovasi serta meminimalkan biaya produksi sandal di daerah Waru Siodarjo. Indikator yang digunakan untuk mengukur strategi bisnis (Nurbaya & Moerdiyato dalam (Syamsuddin, Asima, & Alimin, 2018) sebagai berikut:

1. Kemampuan membuat inovasi produk.
2. Pelaksanaan inovasi produk.
3. Pemahaman tentang pengembangan strategi bisnis.
4. Pelaksanaan pengembangan strategi bisnis.
5. Pengembangan daerah pemasaran.
6. Inovasi proses produksi.
7. Melakukan inovasi proses produksi.

Indikator tersebut dinyatakan dalam sebuah pernyataan dan diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala pernyataan tersebut dimulai dari 1 - 1,75 Tidak Penting, 1,76 - 2,50 Cukup Penting, 2,51 - 3,25 Penting, 3,26 – 4 Sangat Penting.

Networking

Networking adalah pendapat responden terhadap kemampuan wirausaha muslim sentra sandal di daerah Waru Sidoarjo dalam mengembangkan jaringan. Indikator yang digunakan untuk mengukur *networking* (Raza, Minai, Haq, Ismail, & Zain, 2018) sebagai berikut:

1. Kemampuan pengoperasian internet.
2. Penggunaan internet untuk bisnis.
3. Hubungan dengan pelanggan (konsumen).
4. Hubungan dengan pemasok (supplier).
5. Hubungan dengan penguasa pemerintah setempat.
6. Hubungan dengan pengusaha sejenis.
7. Hubungan dengan bank atau lembaga keuangan.
8. Sosial media (whatsApp; twitter; instagram; facebook).
9. Penggunaan sosial media dalam bisnis.

Indikator tersebut dinyatakan dalam sebuah pernyataan dan diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala pernyataan tersebut dimulai dari 1 - 1,75 Tidak Penting, 1,76 - 2,50 Cukup Penting, 2,51 - 3,25 Penting, 3,26 – 4 Sangat Penting.

KINERJA

Kinerja adalah pendapat responden terhadap merujuk tingkat pencapaian atau prestasi dari wirausaha sandal dalam periode waktu tertentu. Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kinerja usaha (Mustikowati & Tysari, 2014) sebagai berikut:

1. Peningkatan volume penjualan.
2. Peningkatan aset usaha.
3. Profitabilitas usaha.

Alat Analisis

Untuk menguji hubungan antara strategi bisnis dan *networking* terhadap kinerja wirausaha alat yang digunakan yaitu SPSS *version 20*.

HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Uji deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi masing-masing variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum (Ghozali I., 2013). Langkah berikutnya adalah menyusun kriteria penilaian untuk rata-rata jawaban dari responden, hasil akan ditampilkan dalam Tabel sebagai berikut (Tabel 1):

Setelah menentukan kelas interval, selanjutnya adalah penjelasan atas tanggapan responden terhadap item-item pernyataan yang ada pada kuesioner dan dikelompokkan sesuai dengan rumus kelas interval di atas. Hasil akan ditampilkan dalam Tabel sebagai berikut (Tabel 2):

Tabel 1
Rumus Kelas Interval Strategi, *Networking*, Kinerja

Bobot Nilai	Strategi & Networking	Bobot Nilai	Kinerja
1 – 1,75	Tidak penting	1 – 1,8	Sangat Rendah
1,76 – 2,50	Cukup penting	1,81 – 2,6	Rendah
2,51 – 3,25	Penting	2,61 – 3,4	Agak Baik
3,26 - 4	Sangat penting	3,41 – 4,2	Baik
		4,2 - 5	Sangat Baik

Tabel 2
**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Strategi (X₁), *Networking* (X₂),
Kinerja (Y)**

No.	Variabel	Skor				Mean	Kategori
		1	2	3	4		
1.	S1	1	11	23	15	304	Penting
2.	S2	4	18	19	9	2.66	Cukup Penting
3.	S3	0	6	35	9	3.06	Penting
4.	S4	0	19	20	21	2.84	Penting
5.	S5	0	0	40	10	3.20	Penting
6.	S6	8	11	25	6	2.58	Penting
7.	S7	8	23	14	5	2.32	Cukup Penting
Rata-rata						2.81	Penting
No.	Variabel	Skor				Mean	Kategori
		1	2	3	4		
1.	N1	0	1	32	17	3.32	Sangat Penting
2.	N2	0	8	7	35	3.54	Sangat Penting
3.	N3	0	6	11	33	3.54	Sangat Penting
4.	N4	0	5	19	26	3.42	Sangat Penting

5.	N5	0	3	26	21	3.36	Sangat Penting
6.	N6	0	2	30	18	3.32	Sangat Penting
7.	N7	0	8	4	38	3.60	Sangat Penting
8.	N8	0	1	26	23	3.44	Sangat Penting
9.	N9	0	3	26	21	3.36	Sangat Penting
Rata-rata						3.43	Sangat Penting

No.	Variabel	Skor					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	K1	0	10	29	11	0	3.02	Agak Baik
2.	K2	0	11	28	11	0	3.00	Agak Baik
3.	K3	0	9	28	13	0	3.08	Agak Baik
Rata-rata							3.03	Agak Baik

Sumber: Data diolah

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa dari variabel strategi tanggapan responden tertinggi terdapat pada item pernyataan S3 dengan mean 3,06 atau termasuk dalam kelas interval 2,51 – 3,25. Pada variabel *networking* tanggapan responden tertinggi terdapat pada item pernyataan N7 dengan mean 3,60 atau termasuk dalam kelas interval 3,26 – 4. Pada variabel kinerja tanggapan responden tertinggi terdapat pada item pernyataan K3 dengan mean 3,08 atau termasuk dalam kelas interval 2,62- 3,4.

Uji Normalitas

Salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika

data memiliki nilai sig. Diatas 0,05 maka dapat diyatakan normal. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Strategi	Networking	Kinerja
N		50	50	50
Normal Parameters ^a	Mean	19.70	30.90	9.10
	Std. Deviation	3.005	3.615	1.898
Most Extreme Differences	Absolute	0.173	0.200	0.261
	Positive	0.173	0.132	0.261
	Negative	-0.124	-0.200	-0.199
Kolmogorov-Smirnov Z		1.221	1.411	1.846
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.101	0.037	0.002

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data diolah,

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi variabel strategi sebesar 0,101 dimana nilai tersebut $< 0,05$, *networking* sebesar 0,037 dan kinerja sebesar 0,002. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

Analisa Regresi Linier Berganda

Dari hasil analisa regresi linier berganda yang akan dihitung disini adalah untuk mengetahui nilai standar koefisien regresi yang dimiliki oleh variabel bebas untuk menentukan tingkat signifikansi terhadap variabel terikat. Adapun hasil yang diperoleh dari analisa dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	t tabel
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.343	1.156		-5.486	
Strategi	0.083	0.042	0.132	1.970	1.676
Networking	0.447	0.035	0.851	12.737	1.676

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data diolah, Lampiran 7

Dari dua variabel independen yang dimasukkan kedalam model regresi, variabel strategi memiliki signifikan karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai 1,676 dan variabel *networking* memiliki signifikan karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai 1,676. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh

persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -6,343 + 0,083X_1 + 0,447X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Wirausaha

α = Konstanta

X1 = Pengetahuan

Kewirausahaan

X2 = Strategi

E = error

Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu Strategi (X_1), Networking (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kinerja (Y) pada wirausaha sandal muslim di daerah Waru Sidoarjo, maka dilakukan pengujian uji F. Pengujian Uji F dilakukan melalui perhitungan

dengan bantuan program SPSS yang hasilnya kemudian dibandingkan dengan ketentuan level signifikansi sebesar 0,05. Hasil uji F Strategi (X_1), Networking (X_2) terhadap Kinerja (Y) pada wirausaha sandal muslim di daerah Waru Sidoarjo dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

ANALISA UJI F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142.829	2	71.414	99.683	0.000 ^a
	Residual	33.671	47	0.716		
	Total	176.500	49			

a. Predictors: (Constant), Networking, Strategi

b. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data diolah, Lampiran 7

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 99,683 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari level signifikansi yang telah ditentukan <0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibentuk adalah *fit*.

Uji t

Pengujian secara parsial (uji t) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas Strategi (X_1), Networking (X_2), terhadap Kinerja (Y) pada wirausaha sandal muslim di daerah Waru Sidoarjo. Dalam pengujian uji t ini dilakukan melalui perhitungan program SPSS untuk melihat apakah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Hasil uji t variabel bebas terhadap terikat dapat dilihat hasilnya pada tabel linier berganda

Dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Dengan nilai t_{hitung} Strategi (X_1) lebih besar dari t_{tabel} , maka dapat dijelaskan bahwa variabel Strategi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja (Y) pada wirausaha sandal muslim di daerah Waru Sidoarjo.
2. Dengan nilai t_{hitung} Networking (X_2) lebih besar dari t_{tabel} , maka dapat dijelaskan bahwa variabel Networking (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kinerja (Y) pada wirausaha sandal muslim di daerah Waru Sidoarjo.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian digunakan untuk mengukur dan mengidentifikasi seberapa kuat pengaruh Strategi, Networking, dan Kinerja mempunyai

pengaruh yang positif terhadap Kinerja (Y) pada wirausaha sandal muslim di daerah Waru Sidoarjo.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Hasil Analisa Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.900 ^a	0.809	0.801	0.846

a. Predictors: (Constant), TOTN, TOTS

Sumber: Data diolah, Lampiran 7

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,801. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 80,1 persen yang berarti strategi dan *networking* mempengaruhi kinerja sebesar 80,1 persen sedangkan sisanya 19,9 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti.

PEMBAHASAN

Analisis pengaruh strategi terhadap kinerja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap variabel strategi (X1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja (Y) dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai 1,676. Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mustikowati & Tysari, 2014) yang mengatakan bahwa strategi bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja wirausaha. Hasil ini memberi makna bahwa semakin baik strategi bisnis yang dimiliki oleh UKM Sentra maka pencapaian kinerja perusahaan juga akan semakin baik.

Strategi bisnis akan semakin kuat apabila perusahaan memiliki inovasi baru dan pengembangan strategi bisnis, sehingga pada

akhirnya dapat menjadi pemimpin pasar dengan melaksanakan strategi dan memiliki tujuan jangka panjang yang dapat menciptakan kinerja yang baik bagi wirausaha. Dalam melakukan strategi bisnis kewirausahaan sangat diperlukan komitmen yang baik agar tidak terjadi hal-hal seperti penipuan atau perbuatan yang tercela.

Analisis pengaruh *networking* terhadap kinerja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap variabel *networking* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja (Y) dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai 1,676. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Analia, Syaikat, Fauzi, & Rustiadi, 2019) yang menyatakan bahwa jaringan (*network*) UMKM yang terdiri dari variabel kemudahan informasi (IN), Kemudahan masuk pasar (PS), Organisasi (ORG) dan Inovasi (INV) merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMK.

Networking atau jaringan yang baik akan menciptakan hubungan kerjasama antar usaha lain yang bisa berjalan tanpa adanya kendala apapun. Usaha bisa berkembang luas

dan bisa meningkatkan daya saing. Sehingga menjadi salah satu point yang berpengaruh terhadap kinerja wirausaha sandal muslim di Waru Sidoarjo.

KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN

Pada keseluruhan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Strategi berpengaruh signifikan terhadap kinerja wirausaha. Hal ini dapat diartikan bahwa wirausaha yang memiliki strategi yang bagus, akan dapat mencapai suatu kinerja yang baik.
2. *Networking* berpengaruh signifikan terhadap kinerja wirausaha. Hal ini dapat diartikan bahwa wirausaha yang memiliki jaringan yang sangat luas akan dapat mencapai suatu kinerja yang baik.

Hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan implikasi pada pihak selanjutnya yang ingin meneliti sama dalam dunia wirausaha. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atau informasi yang digunakan dalam wirausaha untuk meneliti suatu usaha atau data yang akan diteliti, dan dapat menjadi masukan mengenai strategi bisnis dan *networking* terhadap kinerja wirausaha bagi peneliti dimasa yang akan datang

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian yang dilakukan baik secara teoritik, metodologis dan teknis pada

penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Responden yang mengisi kuesioner kurang membaca dengan teliti pernyataan karena terbatas waktu.
2. Penelitian hanya dilakukan di satu daerah tertentu sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan.

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, penelitian ini dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan memperluas daerah penelitian agar hasil penelitian lebih baik.
2. Bagi wirausaha diharapkan lebih ditingkatkan kembali pengetahuan strategi dalam bidang inovasi produk karena, hal ini dapat memberikan nilai bagi wirausaha dan akan meningkatkan suatu kinerja dalam berwirausaha.
3. Bagi wirausaha diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pengoperasian internet dan memiliki hubungan dengan pengusaha sejenis karena, usaha akan dapat berkembang luas dan meningkatkan daya saing.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, S. B. (2013). The Characteristics of Successful Entrepreneurs from Islamic Perspective. *Journal of Islamic and Human Advanced Research*, Vol. 3, pp. 322-345.
- Analia, D., Syaikat, Y., Fauzi, A., & Rustiadi, E. (2019). Modal Sosial (Network) Upaya Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Kota Padang Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, Volume 3, Nomor 1: 108-117.
- Anis, Christiananta, B. J., Ellitan, B. a., & Lena. (2018). The effect of entrepreneurship orientation, information technology, strategic planning to competitive advantages with Business performance as intervening variables: empirical study food processing SMEs in north Sulawesi. *International Journal of Advanced Research*, Vol. 6 pp. 236-242.
- Arzubiaga, U., Kotlar, J., Massis, A. D., Maseda, A., & Iturralde, T. (2018). Entrepreneurial orientation and innovation in family SMEs: Unveiling the (actual) impact of the Board of Directors. *Journal of Business Venturing*, Volume 33, Issue 4, Pages 455-469.
- Bradley, R. T., Gillin, M., McCraty, R., & Atkinson, M. (2011). Non-local intuition in entrepreneurs and non-entrepreneurs: results of two experiments using electrophysiological measures. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 12, pp. 3.
- Ghozali, H. L. (2014). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Analisa Multivariate Program SPSS Update PLS Regret*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huggins, R. (2018). *The Business of Networks Inter-Firm Interaction, Institutional Policy and the TEC Experiment*. London.
- Husni, H., & Dafik, Y. F. (2018). Management Of Islamic Higher Education In The 4.0 Industrial Revolution. *International Journal of Educational Studies*, Vol. 5, No. 2.
- Hutabarat, E. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria FU Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, Vol. 3, No. 1.

- Klerk, S. d., & Saayman, M. (2012). Networking as key factor in Artpreneurial success. *Journal of Entrepreneurial Behaviour*, Vol. 24 No. 5.
- Malhotra, N. (2014). *Basic Marketing Research*. England: Hal 318.
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2014). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10, No. 1.
- Noor, & J. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenzada Media group.
- Rahmana, A., Iriani, Y., & Oktarina, R. (2012). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 13, No. 1, pp. 14-22.
- Raza, S., Minai, M. S., Haq, M. A., Ismail, A. I., & Zain, A. Y. (2018). Entrepreneurial Network Towards Small Firm Performance Through Dynamic Capabilities: The Conceptual Perspective. *Academy of Entrepreneurship Journal*, Volume 24, Issue 4.
- Sarwoko, Surachman, E., Amunu, & Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial Characteristics and Competency ss Determinants of Business Performance in SMEs. *Journal Of Business and Management*, Vol. 5, pp.74-98.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suparno, & Anggraini, D. (2017). Analisis Skala Ekonomis Pada Industri Kecil Genteng (Studi Kasus Di Desa Kalibagor Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, Hal. 2.
- Susilo, & Sri, Y. (2018). Strategi Bertahan Industri Makanan Skala Kecil Pasca Kenaikan Harga Pangan Dan Energi Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Hal. 225-244.
- Syamsuddin, Asima, & Alimin. (2018). Strategi Pengembangan Industri Kopi Benteng Alla Pada Koperasi Benteng Alla. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, pp. 295-301.
- Trihudyatmanto, M. (2019). Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM (Studi Empirik Pada UMKM Pande Besi di Wonosobo). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, Vol. 2, pp. 22-32.
- Zainol, F. A., Daud, W. N., Abubakar, L. S., Shaari, H., & Halim, H. A. (2018). A Linkage between Entrepreneurial Leadership

and SMEs Performance: An
Integrated Review .
International Journal of

*Academic Research in
Business and Social Sciences,*
Vol. 8, pp.104–118.

